

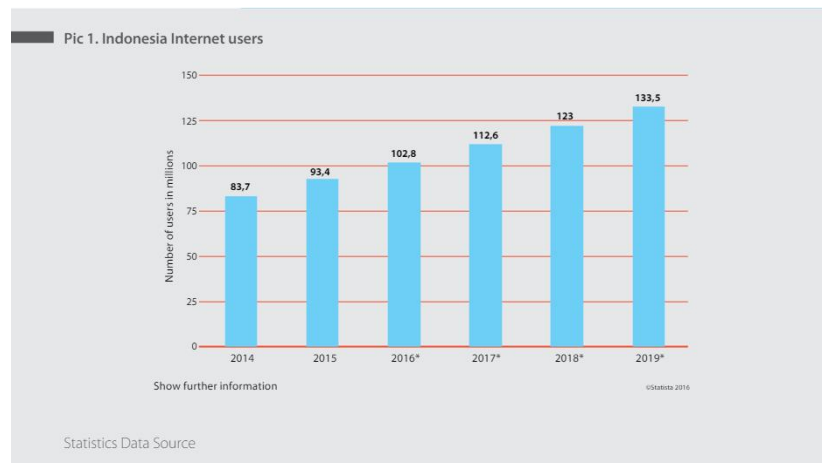
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada satu dekade terakhir mengalami perkembangan pesat. Teknologi informasi dan komunikasi tidak hanya memperbaiki kinerja media massa dan media lama, namun menciptakan media baru yang hadir di dalam kehidupan sehari-hari. Munculnya berbagai macam media baru didukung oleh penetrasi internet dan dan smartphone yang meningkat tajam.

Saat ini internet dan smartphone seolah-olah menjadi kebutuhan primer bagi sebagian masyarakat, terutama kelompok usia produktif, bahkan sejak kehadiran media sosial di internet seperti Twitter, Facebook, Instagram dan Youtube jumlah pengguna internet pun terus mengalami peningkatan. Dilansir dari situs researchgate.net Indonesia yang pada tahun 2020 akan mencapai pengguna internet 140 juta, menjadikan Indonesia sebagai pasar digital terbesar di Asia tenggara. Pada tahun 2015 saja pengguna internet di Indonesia telah mencapai 93,4 juta pengguna (47.9% dari populasi) dan akan terus bertambah sampai tahun 2019 diprediksi akan mencapai 133.5 juta pengguna dan tahun 2020 mencapai 140 juta pengguna. Ini merupakan pertumbuhan yang sangat fantastis (Lilik, 2016).



**Gambar 1.1 Grafik pengguna Internet di Indonesia (Sumber: researchgate.net 2016)**

Iqbal dkk (2014) mengatakan bahwa faktor yang membuat media sosial degemari oleh sebagian besar masyarakat adalah beragam kemudahan dan fasilitas yang di tawarkan dapat digunakan secara terjangkau. Salah satu fasilitas yang ditawarkan adalah kemudahan untuk melihat dan menampilkan karya video, contohnya adalah media sosial youtube yang menawarkan kemudahan bagi pengguna untuk menonton dan membagikan video dengan durasi tak terbatas. Dengan adanya fasilitas ini semakin banyak pengguna internet yang mengakses video di Youtube bahkan termotivasi untuk membuat video dan mengunggahnya dengan berbagai kepentingan serta memunculkan saluran – saluran mandiri. Materi yang di tampilkan pun beragam. Mulai dari tayangan yang di produksi secara profesional hingga dokumentasi yang bersifat pribadi. Bentuk video seperti ini awalnya populer dengan sebutan webisode. Webisode adalah cerita serial yang dibagi menjadi bagian-bagian pendek, masing-masing durasi hanya beberapa

menit. Setiap episode biasanya berakhir dengan kesan menggantung. Pada awalnya, banyak webisode berputar di sekitar karakter kontemporer dan berpusat pada kejadian sehari-hari atau drama pribadi. Istilah webisode berkembang dan berganti menjadi web TV series atau webseries.

Dengan adanya media baru seperti webseries yang didukung oleh perkembangan era digital membuat kebiasaan masyarakat dalam menonton video bergeser yaitu lebih menyukai menonton video lewat mobile dibandingkan televisi. Kepentingan seseorang memproduksi dan mengunggah webseries pun mulai beragam yang awalnya hanya untuk hiburan, dewasa ini mengunggah webseries ke Youtube dimanfaatkan sebagian produsen barang dan jasa untuk membagikan konten marketing. Terdapat beberapa merk dagang yang telah membuat konten marketing dalam format webseries salah satunya Tropicanaslim.

Novika Dyah P (13/2/17) Pada tahun 2017 perusahaan Nutrifood Indonesia Tropicanaslim, sebuah merek yang konsisten dikonsentrasikan untuk kontrol dan pencegahan diabetes ini, bekerjasama dengan Inhype Picture dan Yandy Laurens mengeluarkan kampanye digital gaya hidup sehat yang dikomunikasikan melalui kanal *youtube* resmi Tropicanaslim dalam bentuk *webseries* berjudul “Sore, Istri dari Masa Depan” , *webseries* ini bercerita tentang seorang laki-laki bernama Jonathan (Dion Wiyoko) yang tiba-tiba ditangani seorang perempuan bernama Sore (Tika Bravani) dan mengaku sebagai istrinya dari masa depan. Kedatangan Sore bukan tanpa alasan melainkan, dia memiliki misi untuk mengubah gaya hidup tidak

sehat yang dimiliki oleh Jonathan. *Webseries* yang berlokasi syuting di Italia ini tayang sebanyak 9 episode.

Mengutip artikel dari laman [marketeers.com](http://marketeers.com), peluncuran *webseries* ini tidak semata-mata ingin mempromosikan produk baru Tropicanaslim Stevia gula nol kalori, akan tetapi lebih dari itu Tropicanaslim melalui pesan komersialnya ingin mengkomunikasikan kesadaran kepada anak-anak muda tentang pentingnya hidup sehat untuk mencegah penyakit diabetes di tengah gaya hidup tak sehat masyarakat muda Indonesia lantaran aktivitas yang kian padat, serta kebiasaan malas bergerak akibat pengaruh digital, membuat penyakit diabetes mulai menjangkit kalangan usia muda di bawah 40 tahun terus meningkat.

Data Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2013, jumlah penderita diabetes *milletus* usia di bawah 44 tahun memiliki prevalensi total 1,5% dari total penduduk Indonesia. Jumlah tersebut mengalami peningkatan 5% dari hasil Riskesdas 2010, kemudian menurut Prof. Dr. Achmad Rudijanto (2016) dalam Jurnal Desain oleh Handayani dkk (2016) memaparkan bahwa pada tahun 2014 populasi penderita DM mengalami kenaikan sebanyak 9,1 juta orang mengidap penyakit tersebut. Tahun 2035 jumlah penderita DM diprediksi melonjak hingga 14,1 juta jiwa dengan prevalensi 6,67 persen untuk populasi orang dewasa selebihnya umur penderita penyakit ini kian menurun menyerang kaula muda. Satu dari lima penderita diabetes masih berumur di bawah 40 tahun, yakni di antara 20 hingga 39 tahun sebanyak 1.671.000 orang. Sedangkan usia 40 hingga 59 tahun sebanyak 4.651.000 orang. Sisanya berusia 60 hingga 79 tahun. Hal ini memiliki penyebab

yang bervariasi. Mengonsumsi makanan berlemak, junk food, kurangnya aktivitas fisik dan obesitas, menyebabkan sel-sel dalam tubuh menjadi tidak sensitif lagi terhadap insulin. Jumlah tersebut akan mengalami peningkatan apabila edukasi tentang pengenalan dan resiko diabetes millietus masih rendah di kalangan masyarakat terutama pada kalangan muda. Hal ini terlihat dari hasil penelitian Notoadmojo (2003) dalam jurnal desain oleh Handayani dkk (2016) mengatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi rendahnya pengetahuan masyarakat terhadap diabetes millietus adalah informasi. Dapat dipahami bahwa edukasi tentang hidup sehat untuk mencegah diabetes millietus cukup penting untuk disuarakan khususnya bagi usia muda.

Kehadiran webseries Tropicanaslim pada tahun 2017 mengkomunikasikan gaya hidup sehat sebagai pencegah penyakit diabetes millietus masyarakat muda. Dengan pesan merek yang sengaja dirancang secara implisit, Tropicanaslim juga berharap pendekatan seperti ini (membuat webseries) dapat menciptakan *emotional value* antara merek dengan anak muda yang menjadi target audiensnya. Webseries “Sore – Istri dari Masa Depan” yang tidak hanya mengangkat romantisme saja, namun diharapkan bisa menginspirasi masyarakat ini mendapatkan sambutan positif dari penonton dari awal dirilis hingga akhir episode, mulai dari banyaknya jumlah penonton dari setiap episodenya mencapai satu sampai dua juta penonton, jumlah penyuka dan banyaknya jumlah komentar positif yang diberikan oleh audiens.

Namun apakah webseries yang menginspirasi konsumennya untuk hidup lebih sehat dengan produk bebas gula dan rendah kalori efektif memberikan pengaruh dan menumbuhkan sikap pencegahan terhadap penyakit diabetes pada usia muda, atau justru audiens hanya menikmati alur cerita cinta dalam webseries tanpa adanya nilai emosional yang memberikan motivasi target konsumen. Untuk itu, memperhitungkan seberapa besar terpaan webseries dapat menumbuhkan sikap pencegahan diabetes melitus yang dimiliki khalayak terhadap webseries “Sore – Istri Dari Masa Depan” akan sangat penting dalam penyampaian pesan iklan. Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti lebih lanjut dengan membuat sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh Terpaan Webseries Sore – Istri Dari Masa Depan Terhadap Kesadaran Diabetes Melitus Pada Usia Muda”, dengan memilih mahasiswa aktif Ilmu Komunikasi angkatan 2015 Universitas Muhammadiyah Malang sebagai subyek dari penelitian ini.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka peneliti iningi merumuskan masalah seperti berikut:

- Adakah pengaruh terpaan webseries berjudul “Sore – Istri Dari Masa Depan” terhadap pencegahan diabetes melitus pada usia muda?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang diturunkan dari rumusan masalah antara lain:

- Ingin mengetahui adanya pengaruh terpaan webseries “Sore – Istri Dari Masa Depan” terhadap pencegahan diabetes melitus pada usia muda?

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

- Hasil dari penelitian ini adalah melihat adanya suatu pengaruh dan mengukur seberapa besar pengaruh terpaan webseries “Sore – Istri Dari Masa Depan” terhadap pencegahan diabetes melitus pada usia muda.
- Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengembangan ilmu komunikasi khususnya tentang kajian yang berhubungan dengan komunikasi kesehatan.

##### **2. Secara Praktis**

- Bagi Mahasiswa  
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan peneliti tentang perancangan pesan komersial yang memberikan perubahan sikap terhadap audiens sehingga dapat menambah ketrampilan professional untuk terjun didunia komunikasi pemasaran.
- Bagi Jurusan S1 Ilmu Komunikasi  
Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk menambah dan melengkapi kajian tentang komunikasi pemasaran.
- Bagi Departemen Kesehatan atau Komunitas Peduli Diabetes  
Dapat digunakan oleh Departemen Kesehatan atau komunitas peduli diabetes sebagai acuan dalam memberikan edukasi pencegahan diabetes sejak dini.